

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **1.1 Metode Umum Penelitian**

Metode penelitian ini adalah penelitian *survei* yang menggunakan deskriptif (*descriptive research*). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif untuk menjelaskan keuntungan pedagang sebelum dan sesudah menerapkan *marketing online* di Desa Sidomulyo.

#### **1.2 Metode Penentuan Lokasi**

Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan mengambil tempat penelitian di Desa Sidomulyo, Kota Batu. Pertimbangannya adalah di Desa Sidomulyo terdapat pedagang bunga yang sudah menerapkan *marketing online*. Desa Sidomulyo memiliki sentra produksi bunga yang perkembangannya cukup pesat dalam kurun waktu 5 tahun terakhir. Desa Sidomulyo dalam pemanfaatan *marketing online* menjadi menarik untuk dikaji lebih jauh apakah terjadi peningkatan keuntungan pedagang bunga.

#### **1.3 Teknik Penentuan Responden**

Teknik sensus digunakan dalam menentukan sampel yaitu mengambil seluruh populasi (Sugiyono, 2010). Jadi seluruh petani bunga yang menerapkan sistem *marketing online* dijadikan responden. Teknik pengambilan data yang dilakukan dengan melakukan wawancara kepada pedagang-pedagang yang menerapkan *marketing online* sebagai media penjualan di Desa Sidomulyo, Kota

Batu. Pengambilan data dilakukan selama satu bulan yaitu pada bulan Februari 2018.

## **1.4 Jenis Data Dan Metode Pengumpulan Data**

### **1.4.1 Jenis Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari responden. Data primer yang digunakan seperti data yang berkaitan dengan usaha, jumlah penjualan, jumlah pendapatan dan biaya penjualan yang dikeluarkan pedagang bunga.

### **1.4.2 Metode Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan untuk pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara dan observasi.

1. Wawancara adalah metode pengumpulan data apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari pedagang bunga untuk lebih mendalam. Wawancara dilakukan secara terstruktur. Wawancara terstruktur terdapat responden menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun terlebih dahulu yaitu daftar pertanyaan yang disusun menjadi kuesioner.
2. Observasi adalah proses pengamatan dan pencatatan secara sistematis mengenai pemasaran bunga *online* dan *offline*. Observasi dilakukan dengan meninjau kondisi tempat penelitian secara langsung untuk mencari informasi mengenai pemanfaatan *marketing online*.

## 1.5 Metode Analisis Data

Data yang diperoleh dari hasil penelitian akan dianalisis menggunakan analisis deskriptif kuantitatif.

### 1.5.1 Analisis Deskriptif Kuantitatif

Deskriptif kuantitatif menjelaskan tentang keuntungan sebelum dan sesudah penerapan sistem *marketing online*. Rumus yang digunakan untuk menganalisis data yaitu *Fixed Cost*, *Variabel Cost*, *Total Cost*, *Total Revenue*, *R/C ratio*, keuntungan dan Analisis Komparasi.

#### 1. Analisis biaya

Biaya penjualan diklasifikasikan kedalam biaya tetap (*fixed cost*), biaya variable (*variable cost*) dan biaya total (*total cost*). Biaya tetap adalah seluruh biaya yang besar kecilnya tidak terpengaruh terhadap jumlah produksi. Biaya variabel adalah biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan produksi yang berubah-ubah sesuai dengan perubahan jumlah barang dan jasa yang dihasilkan. Total biaya adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan proses produksi.

Persamaan yang digunakan untuk analisis biaya adalah sebagai berikut :

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan :

TC = *Total cost* (biaya total)

TFC = *Total Fixed Cost* (total biaya tetap)

TVC = *Total Variabel Cost* (total biaya tidak tetap)

## 2. Analisis penerimaan

Analisis untuk menghitung penerimaan (TR) pada pedagang bunga adalah harga bunga dikali dengan jumlah penjualan bunga dengan persamaan rumus sebagai berikut:

$$TR = P \times Q$$

Keterangan :

P = Harga

Q = Jumlah penjualan

## 3. Analisis keuntungan

Analisis keuntungan pedagang bunga adalah penerimaan dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan setiap proses produksi. Rumus untuk menghitung pendapatan yaitu sebagai berikut :

$$Y = TR - TC$$

Keterangan :

Y = Pendapatan (Rp)

TR = Total penerimaan (Rp)

TC = Total biaya (Rp)

## 4. R/C ratio

Analisis yang digunakan untuk mengetahui efisiensi suatu usaha yaitu R/C Ratio. R/C ratio merupakan perbandingan antara penerimaan dan total biaya yang dikeluarkan oleh pedagang. formulasi R/C Ratio adalah sebagai berikut:

$$R/C \text{ Ratio} = \frac{\text{Total penerimaan}}{\text{Total biaya}}$$

Keterangan :

$R/C \text{ Ratio} > 1$ , usaha efisien dan menguntungkan

$R/C \text{ Ratio} < 1$ , usaha tidak efisien dan tidak menguntungkan

$R/C \text{ Ratio} = 1$ , usaha impas

#### 5. Analisis Komparasi (Perbandingan)

Analisis perbandingan digunakan untuk menguji perbandingan antara dua sampel data atau lebih (*k-samples*). Jadi sampel yang dibandingkan dalam penelitian ini adalah keuntungan pedagang bunga sebelum dan sesudah penerapan sistem *marketing online*.

Penelitian ini menggunakan uji t (*Paried sample t test*) dan alat bantu IBM SPSS statistics versi 21. Penggunaan statistik dalam penelitian ini untuk memutuskan apakah sebuah hipotesa diterima atau ditolak. *Level significant* yang digunakan adalah 0,05. Adapun untuk menganalisis data adalah sebagai berikut *Analysis → Compare Mean → Paired Sample t-test*.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

$H_0$  : Keuntungan pedagang bunga setelah menerapkan sistem *marketing online* sama dengan sistem *offline*.

$H_1$  : Rata-rata keuntungan pedagang bunga setelah menerapkan sistem *marketing online* lebih besar dari pedagang bunga sebelum menerapkan sistem *marketing online* Rata-rata

Adapun bunyi hipotesis berdasarkan signifikansinya secara umum adalah:

Signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima

Signifikan  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak

